

FICHA TÉCNICA

Título: **Modelos de negocio disruptivos.**

Año: 2017

Fuente: Fundación innovación Bankinter.

Nº de páginas: 52

Acceso/coste: Gratuito

Localización: Disponible en el siguiente [Link](#).



CONCLUSIÓN PRINCIPAL

Un **modelo de negocio es una descripción del proceso mediante el cual una empresa crea, entrega y captura valor en contextos sociales, culturales, económicos, o de otro tipo.** En el fondo, lo que detalla un modelo de negocio es cómo obtiene ingresos una empresa. Es una **descripción de cómo se entrega valor a los clientes a un precio adecuado y de forma sostenible** en el contexto del producto o servicio ofrecido por el proveedor.

Hoy en día, **estamos presenciando la disrupción que ejercen las tecnologías innovadoras sobre los modelos de negocio y los actores que tradicionalmente los conforman.** Más concretamente, la disrupción radica en la velocidad a la cual se abren paso estas tecnologías. Es completamente natural que la **aparición de innovaciones que acaparan nuestra atención suscite una reacción de entusiasmo**, pero también una **cierta reticencia a aceptar un cambio tan repentino**; sobre todo cuando, en este mundo perpetuamente conectado, los nuevos modelos se infiltran en nuestra cultura a la velocidad del rayo.

Las tecnologías descritas han dado paso a **nuevos modelos de negocio** "que están **cambiando la economía, nuestras expectativas y nuestro comportamiento**" esto responde a una dinámica clara, a una estructura que se ha dado a lo largo de todas las olas tecnológicas y que sigue un **proceso** que empieza con: **(1) un avance científico, (2) que se materializa en una nueva tecnología (3) que llega al mundo de los negocios y, (4) cambia la organización.**

AUTORÍA

Modelos de negocio disruptivos se ha realizado por la Fundación Innovación Bankinter. La fundación Innovación Bankinter tiene como objetivo la creación de riqueza a través de la innovación y el emprendimiento. Esta asociación tiene la vocación de convertir la innovación y el emprendimiento en herramientas críticas para la creación de valor en la sociedad abarcando conocimiento, educación, emprendimiento y empresas.

DESCRIPCIÓN Y CONTENIDO

El presente reporte hace hincapié y profundiza en el término «**disrupción**». En este modelo esta importante palabra **se considera que transmite con gran precisión la idea de «destrucción del statu quo»**. Sin embargo, la **disrupción puede suponer una mera demolición o la construcción de algo nuevo: depende de la calidad de las ideas en las que se cimiente**. Una **disrupción verdaderamente innovadora plantea una realidad alternativa** que, según un conjunto de actores, podría y debería existir en el mundo.

También analiza muy detalladamente las **tecnologías desplegadas en los últimos quince años** ya que **han acelerado radicalmente la innovación de los modelos de negocio**. Estas últimas e innovadoras **tecnologías clave** son nada más y nada menos que la **inteligencia artificial (IA)**, la **robótica**, el **internet de las cosas (IoT)**, **blockchain**, la **fabricación digital**, las **realidades virtual y aumentada** y los **vehículos aéreos no tripulados (VANT)**.

ESTRUCTURA DEL INFORME

1. **Prólogo**
2. **Tecnologías Disruptivas**
3. **Modelos de Negocio**
4. **Impacto e implicaciones**
5. **Cinco retos clave**
6. **Escenarios de futuro**
7. **Bibliografía**

OTRAS CONCLUSIONES

Las **nuevas estructuras laborales y los nuevos modelos de creación de valor se basan en la idea de que las comunidades deben organizarse de forma constante en torno a información, intereses y prácticas compartidas.**

Necesitamos una **mentalidad laboral que valore a los seres humanos en su conjunto, que valore su pasión y su participación voluntaria.** En lugar de centrarnos en la rendición de cuentas, **deberíamos diseñar las comunidades en torno a una participación que las dinamice y enriquezca.** La **actividad posindustrial consiste en hacer cosas significativas, con personas significativas, y de modo significativo.**

A lo largo de la historia hemos visto que la **disrupción trae nuevos de equilibrios.** Pero **lo que está trayendo ahora es un modelo donde este ya no es relevante. Todo va tan rápido que los sistemas no llegan a alcanzarlo.** Una **empresa** puede ser el **centro de todo un día y al día siguiente desaparecer.**

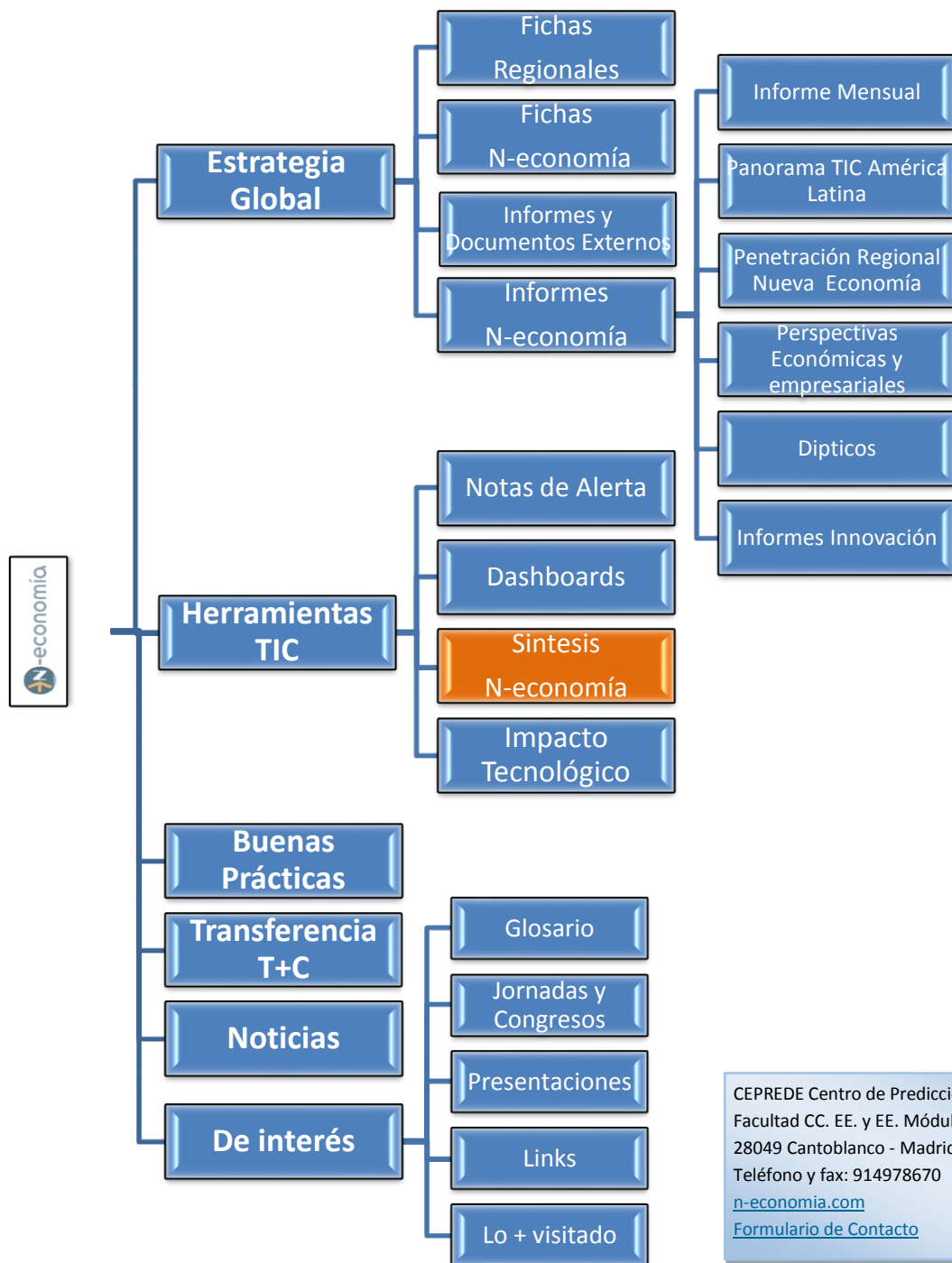
Los **consumidores le damos la bienvenida a todo lo que suponga mejores precios, mayor accesibilidad, comodidad, eficiencia...** Pero **también exigimos valores sociales.** Entre los **consumidores existe la desconfianza generalizada hacia empresas cuyos reclamos parecen más marketing social que verdaderas intenciones.**

Toda disrupción se enfrenta a barreras, límites y retos para su desarrollo. A pesar del creciente reconocimiento de las innovaciones disruptivas por su potencial para generar un alto crecimiento, el **cuestionamiento de ciertos modelos de negocio,** por un lado, la **dificultad para afrontar las reformas necesarias para emprenderlas** y por otro, las **amenazas que le sobrevienen, hacen necesario profundizar y ahondar en qué tipo de desafíos emprenden las innovaciones disruptivas, de cara a afrontarlas de forma exitosa.**

Los obstáculos más notables son las **barreras de acceso y sesgos discriminatorios, retos de liderazgo y atracción de talento, límites regulatorios, problemas y vulnerabilidades de seguridad y privacidad** o el **establecimiento de un nivel suficiente de confianza.**

La **confianza en las instituciones se ha devaluado** a lo largo de los años, **también en los medios de comunicación,** que viven una época de incertidumbre y crisis digital, acrecentada por la viralidad de las noticias falsas. En **internet el rápido aumento del spam, la censura, el bloqueo de sitios y los bots automatizados presentan obstáculos en este camino.** En respuesta a esta realidad **nacen sistemas de reputación online: clasificaciones, valoraciones y opiniones que transforman cómo nos relacionamos y cómo consumimos.**

Consulta el resto de nuestro productos N-economía y siguenos en las redes sociales:



CEPREDE Centro de Predicción Económica
 Facultad CC. EE. y EE. Módulo E-XIV UAM
 28049 Cantoblanco - Madrid
 Teléfono y fax: 914978670
n-economia.com
[Formulario de Contacto](#)

Entidades colaboradoras



N-economía es una iniciativa promovida por:

